

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Pada dasarnya *dropshipping* merupakan sistem jual-beli dengan medium internet, dengan media sosial *Instagram* menjadi salah satu rujukan untuk melakukan transaksi tersebut. Soal keuntungannya tergantung perjanjian antara *supplier* dengan *dropshipper*, ada juga yang telah ditentukan sejak awal ataupun *dropshipper* diberi kebebasan untuk mematok keuntungannya sendiri. Proses transaksi *dropshipping* pada media sosial *intagram* diawali dengan calon konsumen mengontak penjual/*dropshipper* via DM (*directory message*) atau dialihkan menggunakan WA (*whatApps*). Setelah pembeli yang tertarik, dan memesan barang tersebut. Lalu *dropshipper* mengkonfirmasi barang tersebut kepada *supplier* mengenai barang yang tadi dipesan. Apabila barang tersebut ada, maka *dropshipper* mengkonfirmasi kepada konsumen beserta meminta identitas, berupa nama dan alamat. Kemudian konsumen diminta mentransfer sejumlah uang kepada *dropshipper* yang nilainya telah mencakup bagian keuntungan bagi *dropshipper*. Selanjutnya penjual mentrasfer sebagian uang yang senilai dengan barang yang dijual *supplier* dan mengirimkan identitas konsumen kepada *supplier* agar *supplier* mengirimkan barang yang dipesan oleh pembeli

tersebut. Dan konsumen tinggal menunggu barang yang telah dikirim tersebut yang beratas namakan *dropshipper*.

2. *Dropshipping* diatur dalam hukum positif di Indonesia, peraturan tersebut diantaranya Kitab Undang-undang Hukum Pedata (KUH Perdata), Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUH Dagang), Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UUITE). Dalam KUH Perdata *Dropshipping* menyalahi Pasal 1471. Dalam KUH Dagang bila *dropshipping* dikategorikan sebagai makelar, maka tindakan tersebut sah dengan dasar Pasal 62 dan Pasal 64. Sedangkan dalam UU Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 Pasal 65 mengatur bagaimana keharusan pemuatan informasi suatu barang dagangan/produk yang sebenar-benarnya dalam sebuah transaksi. Sedangkan dalam UUITE Nomor 19 Tahun 2016 perubahan UUITE Nomor 11 Tahun 2008, *dropshipping* termasuk kedalam transaksi elektronik yang diatur dalam Pasal 1 ayat (2) akan tetapi bila ada kegagalan suatu transaksi bersumber media sosial, maka media sosial tak bisa dibebani karena media sosial pada dasarnya tempat bersosialisasi bukan tempat jual-beli.
3. Ada tiga akad fiqh muamalah fiqh muamalah yang berkaitan dengan *dropshipping* yaitu *Bai' As-salam*, *Wakalah* dan *samsarah*. Dalam *Bai' As-salam dropshipping* tidak memenuhi aturan tersebut karena *supplier*

selaku penjual tidak memiliki kekuasaan untuk menjual barang tersebut, dengan dasar barang tersebut belum berada di tangan *supplier*. Dalam Akad *wakalah* sistem *dropshipping* menjadi sah dengan memenuhi hal sebagai berikut; *muwakkil* disini bisa *supplier* ataupun pembeli/konsumen, *Wakil* disini adalah *dropshipper*, dan *muwakkil fih* (sesuatu yang diwakilkan). Untuk *dropshipping* bila dikategorikan sebagai *samsarah* karena telah memenuhi rukun dan syarat dari akad *samsarah*. Ditambah jika seorang *dropshipper* tidak memberi tahu siapa pemilik barang sebenarnya kepada pembeli, akad tersebut tetap sah.

## B. SARAN

### 1. Pihak terkait *dropshipping*

Untuk menghindari sesuatu yang tidak diinginkan, alangkah arifnya setiap pihak yang terkait mematuhi peraturan-peraturan yang telah berlaku. Serta demi keabsahan akad tersebut diharapkan para pihak tetap memegang teguh nilai-nilai islam, dengan catatan bila seorang muslim.

### 2. Pemerintah

Pemerintah diharapkan untuk menetapkan aturan yang lebih spesifik mengatur *dropshipping* agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan, apalagi pada era sosial media yang berkembang informasi yang bergulir sangat cepat melalui sosial media.

### 3. Peneliti berikutnya

Di harapkan untuk peneliti berikutnya yang ingin memilih tema ini, alangkah lebih baiknya mengkaji tema ini secara spesifik, baik dalam

hukum positif maupun dalam fiqh muamalah. Karena penelitian ini masalah sangat global, dengan tujuan memperkenalkan apa saja yang berkaitan dengan *dropshipping* tersebut.